

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр бакалавриата Развитие территорий



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Талорский Д.А.

_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Коммуникационные технологии в управленческой практике БЗ.ДВ.5

Направление подготовки: 081100.62 - Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки: Коммуникации в государственном и муниципальном управлении

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Леонтьева Л.С.

Рецензент(ы):

Глебова И.С.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Глебова И. С.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: развитие территорий):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 948380717

Казань
2017

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Леонтьева Л.С. кафедры государственного и муниципального управления Институт управления, экономики и финансов, L.Leonteva@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины "Коммуникационные технологии в управленческой практике" - сформировать у студентов целостное представление о сущности основных теорий коммуникации и информационного общества: постиндустриального, информационного и постмодерного, а также дать студентам понимание основных тенденций развития электронных правительств стран с развитыми демократиями.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.5 Профессиональный" основной образовательной программы 081100.62 Государственное и муниципальное управление и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Дисциплина "Коммуникационные технологии в управленческой практике" взаимосвязана с такими дисциплинами как "Исследование социально-экономических и политических процессов", "Деловые коммуникации", "Управление общественными отношениями", " Программно-целевые методы управления в деятельности органов государственной власти".

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-5 (общекультурные компетенции)	способность к самоорганизации и самообразованию
ПК-45 (профессиональные компетенции)	умение вести делопроизводство и участвовать в ведении документооборота в органах государственной власти Российской Федерации, органах государственной власти субъектов Российской Федерации, органах местного самоуправления, государственных и муниципальных организациях, предприятиях и учреждениях, политических партиях, общественно-политических и некоммерческих организациях
ПК-6 (профессиональные компетенции)	способность принимать участие в проектировании организационных действий, умение эффективно исполнять обязанности
ПК-9 (профессиональные компетенции)	способность свободно ориентироваться в правовой системе России

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- исторические предпосылки становления информационного общества;
- основные проблемы, связанные со становлением и формированием современного информационного общества и ожидаемые социально-экономические последствия данного развития;
- принципы, ценности и ресурсы современного информационного общества в России;

основные принципы формирования электронного правительства.

2. должен уметь:

самостоятельно ориентироваться в современной проблематике развития информационного общества;

проводить критический анализ социально-экономических аспектов развития информационного общества в России и других странах;

самостоятельно находить и использовать научную и учебно-методическую литературу по проблемам информационного общества и электронного правительства с целью повышения качества своего образования и его адекватности современным проблемам;

сравнивать и сопоставлять зарубежный и российский опыт информационной модернизации государственного управления.

3. должен владеть:

навыками целостного подхода к анализу категории информационного общества;

навыками анализа информационного обмена сведениями и документами в рамках информатизации современного общества;

базовыми методами получения государственных услуг в электронном виде

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Социально-коммуникативные технологии: понятие, сущность, структура, функции	7		4	4	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Коммуникации как социальная технология в системе управления	7		4	4	0	Устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
3.	Тема 3. Открытое Правительство как информационно-коммуникационная технология оптимизации государственно-гражданского диалога	7		4	6	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Коммуникативные технологии в условиях кризиса организации	7		4	4	0	Устный опрос
5.	Тема 5. Технологии информирования населения. Кризисный план коммуникаций.	7		4	4	0	Устный опрос
6.	Тема 6. Коммуникативные технологии в государственном и муниципальном управлении	7		6	6	0	Презентация
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	Экзамен
	Итого			26	28	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Социально-коммуникативные технологии: понятие, сущность, структура, функции

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Основные направления исследования информационного общества. Социально-экономические проблемы развития информационного общества. Современное информационное общество. Социально-коммуникативные технологии: понятие, сущность, структура, функции. Коммуникации как социальная технология в системе управления. Социально-коммуникативные технологии и приемы в PR-коммуникациях. В узком прикладном смысле объектом социально-коммуникативной технологии является подсознание, сознание и поведение социальных субъектов, (все компоненты в совокупности, их определенная комбинация или каждый отдельно), управление которыми осуществляется через целенаправленную системно организованную социальную коммуникацию. Предметом социально-коммуникативной технологии выступает организованный на базе социальных коммуникаций целенаправленный системный процесс управления социальным пространством и социальным временем для решения определенной социально значимой задачи. В качестве социальных субъектов, реализующих СКТ, могут выступать: ? социальные общности (как правило, общности классического типа ? социальные группы); ? социальные организации; ? социальные институты. Условия СК-технологизации: ? объект СК-технологизации обладает сложной внутренней структурой, набором элементов и связей между ними; ? субъекту СК-технологизации в той или иной степени известно внутренне строение объекта, характеристики связей между элементами и закономерности его функционирования как целого; ? субъект СК-технологизации способен построить модель объекта и на этой основе формализовать процессы, происходящие в нем, представив их в виде процедур, операций и показателей. Наиболее общие признаки СК-технологизации: ? целенаправленность; ? структуризация, разграничение, разделение объекта на элементы, операции, этапы, стадии, фазы; ? координация и поэтапность действий; ? однозначность выполнения процедур и операций.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Цели и технологии PR-коммуникаций: позиционирование PR-объекта, возвышение имиджа, ант?тиреклама, отстройка от конкурентов, контрреклама. 2. Центральная тема и сюжетная линия в PR-коммуникации. 3. PR-приемы для усиления информационного воздействия на аудиторию. 4. Пять этапов планирования эффективных PR-коммуникаций по Филиппу Котлеру. Основные признаки и критерии социально - коммуникативной технологии. PR-технологии как частный вариант социально-коммуникативной технологии.

Тема 2. Коммуникации как социальная технология в системе управления

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Отличительными чертами коммуникации являются: 1. наличие двух и более социальных субъектов (людей, их общностей), участвующих в процессе передачи ? приема информации; 2. наличие сообщения, содержащего в закодированном виде социально (индивидуально) значимую информацию. Таким образом, социальная коммуникация ? это взаимодействие двух и более социальных субъектов, содержание и результат которого составляет перемещение информации (социально значимых смыслов в закодированной форме) от одного субъекта (субъектов) к другому (другим). Обязательный атрибут коммуникации ? совместное наличие фактов передачи и приема информации (сообщения). Объектом социальной коммуникации в данном случае будет выступать социально (или индивидуально) значимая информация, процессом социальной коммуникации ? процессы, связанные с динамикой данной информации в ходе ее движения от одних субъектов к другим (создание сообщения, кодирование, передача, декодирование, восприятие, реакция, обратная связь и т.п.). Субъектами социальной коммуникации могут выступать люди, их общности, социальные организации и социальные институты. Модель коммуникации Харольда Лассвелла: ? Лучший способ описать коммуникацию ? это отыскать ответы на следующие вопросы. 1. Кто сообщает? (Источник ? source). 2. Что сообщается? (Сообщение ? message). 3. По какому каналу передается информация? (Канал ? channel). 4. Кому сообщается? (Получатель, аудитория ? receiver). 5. Каков эффект сообщения?. (Эффект ? effect). Схема: источник ?> сообщение ?> канал ?> получатель ?> эффект.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Коммуникация как средство и процесс информационного взаимодействия. Модели коммуникации. 2. Социальная информация: понятие, свойства, средства передачи. Информация и коммуникация как фактор оптимизации системы управления. Виды коммуникаций как социальной технологии в управлении. Система массовой коммуникации: функции и состояние. Коммуникативная сущность управления: системный подход. Понятие, субъекты, объекты социально - коммуникативной технологии.

Тема 3. Открытое Правительство как информационно-коммуникационная технология оптимизации государственно-гражданского диалога

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Интернет в политике и политика в интернете. Политические интернет-технологии. Электронное правительство: понятие и цели. Электронное правительство - ресурс государства. Электронная демократия. Открытое Правительство как коммуникативная технология оптимизации государственно-гражданского диалога. ИКТ в государственном управлении. Применение информационных технологий в государственном управлении (?электронное правительство?, e-Government) является новой тенденцией использования Интернета и потенциально может оказаться ключевой точкой пропаганды и внедрения идей информационного общества в массы. Кроме того, ?электронное правительство? как развитая система политического информирования граждан несомненно способствует увеличению капитала общественного доверия, необходимого для эффективного функционирования власти. Важно и то, что Интернет предоставляет возможность формирования устойчивой обратной связи, интерактивного взаимодействия власти и населения. Не только перед гражданами открывается доступ к достаточно полной информации о деятельности правительства, но и у правительства появляется дополнительный канал получения информации, добровольно предоставляемой гражданами. Электронное правительство (e-Government) ? это система интерактивного взаимодействия государства и граждан при помощи Интернета, новая модель государственного управления, преобразующая традиционные отношения граждан и властных структур

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Принципы организации и задачи ?электронного правительства? 2. Современные государственные практики внедрения ?электронного правительства? на федеральном и региональном уровнях в России. 3. Гражданские практики участия в деятельности ?электронного правительства? в современной России (социальные сети; интернет-проекты на базе краудсорсинга). 4. Тенденции развития системы ?Электронный Татарстан?.

Тема 4. Коммуникативные технологии в условиях кризиса организации

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Кризис ? это неожиданный случай или ряд событий, выходящих из-под контроля, прерывающих нормальное функционирование организации и вызывающее настойчивое и нежелательное общественное внимание, которое угрожает нанести вред репутации организации. К типичным признакам кризисной ситуации в первую очередь относятся: 1. -Появление негативных публикаций в СМИ. Практика показывает, что именно кризисные темы СМИ освещают охотней всего: ? такие материалы более интересны и драматичны, а значит, более востребованы зрителем или читателем. ? именно сообщения, касающиеся возникновения кризисных ситуаций (в первую очередь, у крупных игроков рынка), наиболее активно влияют на рынок. 2. -Участившиеся проверки государственными органами контроля и надзора (могут быть спровоцированы конкурентами). В этих ситуациях важно заниматься репутационным пиаром, т.е. активно формировать позитивную репутацию компании и постоянно заботиться о мнении общественности, мониторить - что люди знают о миссии организации. Для этого - ежедневно отслеживать функционирование всех коммуникаций, т.е. знать, как работают связи: ? с коллективом, ? со СМИ, ? с властными структурами, ? с партнерами. Во многих случаях предпосылки кризиса вызревают внутри компании: 1. Отчет перед акционерами. 2. Особую осторожность следует проявлять в периоды реорганизаций в компании, при принятии непопулярных мер (увольнение работников, продажа активов компании). 3. Преобладание числа ?удобных сотрудников? над ?сотрудниками для работы?. 4. Опасные организационно-функциональные факторы: ? -нечеткая структура подчинения и распределения ответственности; ? -переполненность и незаполненность функциональных позиций; ? -информационно-коммуникативный разрыв между руководством и сотрудниками

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Кризис с точки зрения антикризисных коммуникаций. Классификации кризисов. 2. Внутриорганизационные факторы, стимулирующие кризис. Признаки кризиса 3. Превентивные антикризисные технологии 4. Технологии оптимальной коммуникации с персоналом в кризисной ситуации. 5. Принципы работы с внешней средой организации.

Тема 5. Технологии информирования населения. Кризисный план коммуникаций.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Задачи ПР-специалиста: 1) идентификация целевых аудиторий и 2) выявление каналов получения и распространения информации. Подразумевается установление постоянного контроля над теми каналами, через которые до целевой аудитории доводится информация. К таким каналам относятся: СМИ - как носители любых инф.данных, имеющих как чисто информационный, так и оценочный характер. Наружная информация? вывески, рекламные и инф.щиты, листовки, объявления (базисного PR-субъекта и его конкурентов). Организация может самостоятельно регулировать их содержание и оформление, главное? не допускать их порчи и видоизменения кем бы то ни было. Публичные мероприятия. Любые встречи, проводимые представителями власти или общ.сектора, нашим PR-субъектом и его конкурентами. Этот канал пользуется наибольшим доверием аудитории. Чтобы предотвратить нежелательные последствия, нужно быть информированным обо всех крупных общ.мероприятиях и иметь возможность хоть каким-то образом контролировать их содержание. Кулуарная внутриэлитная коммуникация. Каналы, через которые информация распространяется в органах власти, в верхних эшелонах руководства другими компаниями. Повлиять на них можно, отладив систему лоббирования своих интересов.

Внутрикорпоративная коммуникация. Каналы, с помощью которых информация распространяется среди сотрудников. Актуальность этих каналов в их незамкнутости, т.е. информация доходит не только до непосредственных участников коммуникации, но и до членов их семей, друзей, знакомых и т. п. Неформальная коммуникация. Главное качество - привычность, а не авторитетность информации; этот тип коммуникации формирует эмоциональные оттенки, значимые для имиджа. Данной группой каналов сложно управлять, но они важны. Таковы каналы получения и распространения инфы. Во время кризиса в первую очередь необходимо наладить надежное функционирование как внутренних, так и внешних каналов. При этом одна из важнейших задач службы ПР- недопустить искажения информации как по вертикали, так и по горизонтали.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. СМИ как ключевая аудитория взаимодействия в кризисной ситуации. 2. Пути, методы нейтрализации негативной информации 3. Создание собственных информационных потоков как основная задача в условиях кризиса организации 4. Оперативная версия как ключевой момент в нейтрализации последствий кризиса 5. Типичные ошибки в осуществлении кризисных коммуникаций

Тема 6. Коммуникативные технологии в государственном и муниципальном управлении

лекционное занятие (6 часа(ов)):

1. Роль управления внешними коммуникациями в органах государственной гражданской службы. 2. Отделы по связям с общественностью, институт пресс-службы как посредники во взаимоотношениях власти и общества 3. Проектирование внешне-организационных коммуникаций. 4. Имидж государственной гражданской службы: имидж власти, имидж организации, имидж лидера. 5. Этапы и технологии имиджмейкинга в государственном управлении к основным функциональным задачам управления внешними коммуникациями в системе госуправления можно отнести: ? участие в демократизации государственного управления; ? содействие становлению гражданского общества. Управление внешними коммуникациями в государственных органах власти позволяет разрешить объективные противоречия между плюрализмом политической сферы общества и целостностью государственной власти. Проектирование внешнеорганизационных коммуникаций. В идеале государственная коммуникация представляет собой модель симметричной двусторонней коммуникации, которая обеспечивает информационную прозрачность деятельности органов государственной власти и осведомленность последних о реакции общества. Выделяют следующие этапы проектирования внешнеорганизационных коммуникаций: Этап 1. Проводится анализ внешних коммуникаций: цель коммуникации, формы организации, контроль за осуществление и организацию внешней организации. Этап 2. На данном этапе оценивается эффективность коммуникации (соответствие реализации коммуникации поставленным целям и задачам); Этап 3. Определяются проблемы внешнеорганизационных коммуникаций; Этап 4. Разрабатывается проектное предложение по повышению эффективности внешних коммуникаций.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Роль управления внешними коммуникациями в органах государственной гражданской службы. Отделы по связям с общественностью, институт пресс-службы как посредники во взаимоотношениях власти и общества Проектирование внешне-организационных коммуникаций. Имидж государственной гражданской службы: имидж власти, имидж организации, имидж лидера. 5. Этапы и технологии имиджмейкинга в государственном управлении

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Социально-коммуникативные технологии: понятие, сущность, структура, функции	7		подготовка к устному опросу	6	устный опрос
				семинарские занятия,	6	коллективные обсуждения, дискуссии
2.	Тема 2. Коммуникации как социальная технология в системе управления	7		подготовка к устному опросу	6	устный опрос
				семинарские занятия	6	кейсы, эссе
3.	Тема 3. Открытое Правительство как информационно-коммуникационная технология оптимизации государственно-гражданского диалога	7		подготовка к устному опросу	12	устный опрос
4.	Тема 4. Коммуникативные технологии в условиях кризиса организации	7		подготовка к устному опросу	6	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Технологии информирования населения. Кризисный план коммуникаций.	7		подготовка к устному опросу	6	устный опрос
6.	Тема 6. Коммуникативные технологии в государственном и муниципальном управлении	7		подготовка к презентации	6	презентация
	Итого				54	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Подготовка проектов по изучаемым темам; кейсы; коллоквиумы; тестирование

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Социально-коммуникативные технологии: понятие, сущность, структура, функции

коллективные обсуждения, дискуссии, примерные вопросы:

1. Коммуникация как средство и процесс информационного взаимодействия. Модели коммуникации. 2. Социальная информация: понятие, свойства, средства передачи 3. Понятие, субъекты, объекты социально - коммуникативной технологии. 4. Основные признаки и критерии социально - коммуникативной технологии. 5. PR-технологии как частный вариант социально-коммуникативной технологии

устный опрос, примерные вопросы:

1. Цели и технологии PR-коммуникаций: позиционирование PR-объекта, возвышение имиджа, антиреклама, отстройка от конкурентов, контрреклама 2. Центральная тема и сюжетная линия в PR-коммуникации 3. PR-приемы для усиления информационного воздействия на аудиторию 4. Пять этапов планирования эффективных PR-коммуникаций по Филиппу Котлеру

Тема 2. Коммуникации как социальная технология в системе управления

кейсы, эссе, примерные темы:

Коммуникация по Н.Луману и Матуране. Важность Понимания. Коммуникативная сущность власти Коммуникация как средство управления. Специфика коммуникаций организационных структурах

устный опрос, примерные вопросы:

1. Информация и коммуникация как фактор оптимизации системы управления 2. Виды коммуникаций как социальной технологии в управлении 3. Система массовой коммуникации: функции и состояние 4. Коммуникативная сущность управления: системный подход

Тема 3. Открытое Правительство как информационно-коммуникационная технология оптимизации государственно-гражданского диалога

устный опрос, примерные вопросы:

Открытое Правительство как коммуникативная технология оптимизации государственно-гражданского диалога Принципы организации и задачи ?электронного правительства? Современные государственные практики внедрения ?электронного правительства? на федеральном и региональном уровнях в России. Гражданские практики участия в деятельности ?электронного правительства? в современной России (социальные сети; интернет-проекты на базе краудсорсинга). Тенденции развития системы ?Электронный Татарстан?.

Тема 4. Коммуникативные технологии в условиях кризиса организации

устный опрос , примерные вопросы:

1. Кризис с точки зрения антикризисных коммуникаций. Классификации кризисов. 2. Внутриорганизационные факторы, стимулирующие кризис. Признаки кризиса 3. Превентивные антикризисные технологии 4. Технологии оптимальной коммуникации с персоналом в кризисной ситуации. 5. Принципы работы с внешней средой организации.

Тема 5. Технологии информирования населения. Кризисный план коммуникаций.

устный опрос , примерные вопросы:

1. СМИ как ключевая аудитория взаимодействия в кризисной ситуации. 2. Пути, методы нейтрализации негативной информации 3. Создание собственных информационных потоков как основная задача в условиях кризиса организации 4. Оперативная версия как ключевой момент в нейтрализации последствий кризиса 5. Типичные ошибки в осуществлении кризисных коммуникаций

Тема 6. Коммуникативные технологии в государственном и муниципальном управлении

презентация , примерные вопросы:

1. Роль управления внешними коммуникациями в органах государственной гражданской службы. 2. Отделы по связям с общественностью, институт пресс-службы как посредники во взаимоотношениях власти и общества 3. Проектирование внешне-организационных коммуникаций. 4. Имидж государственной гражданской службы: имидж власти, имидж организации, имидж лидера. 5. Этапы и технологии имиджмейкинга в государственном управлении

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

ВОПРОСЫ к экзамену по курсу "Коммуникативные технологии в управленческой практике"

1. Коммуникация как средство и процесс информационного взаимодействия. Модели коммуникации.
2. Социальная информация: понятие, свойства, средства передачи
3. Понятие, субъекты, объекты социально - коммуникативной технологии. Основные признаки и критерии социально - коммуникативной технологии.
4. PR-технологии как частный вариант социально-коммуникативной технологии
5. Информация и коммуникация как фактор оптимизации системы управления
6. Виды коммуникаций как социальной техно?логии в управлении
7. Система массовой коммуникации: функции и состояние
8. Коммуникативная сущность управления: системный подход
9. Цели и технологии PR-коммуникаций: позиционирование PR-объекта,
10. возвышение имиджа, ан?тиреклама, отстройка от конкурентов, контрреклама
11. Центральная тема и сюжетная линия в PR-коммуникации
12. PR-приемы для усиления информационного воздействия на аудиторию
13. Этапы планирования эффективных PR-коммуникаций (Ф. Котлер)
14. Роль управления внешними коммуникациями в органах государственной гражданской службы.
15. Имидж государственной гражданской службы: имидж власти, имидж организации, имидж лидера.

16. Этапы и технологии имиджмейкинга в государственном управлении
17. Отделы по связям с общественностью, пресс-службы как посредники во взаимоотношениях власти и общества
18. Открытое Правительство: как коммуникативная технология оптимизации государственно-гражданского диалога
19. Тенденции развития информационно-коммуникативной системы "Электронный Татарстан"
20. Гражданские практики участия в деятельности "электронного правительства" в современной России (социальные сети; интернет-проекты на базе краудсорсинга).

7.1. Основная литература:

- 1.Белая Е. Н. Теория и практика межкультурной коммуникации: Учебное пособие / Е.Н. Белая. - М.: Форум, 2011. - 208 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-91134-493-1.- <http://znanium.com/bookread2.php?book=226335>
- 2.Киселев А. Г. Управленческий дискурс как социальная коммуникативная технология в системе отношений государства и социума : монография / А.Г. Киселёв, С.А. Шилина. ? М. : ИНФРА-М, 2017. ? 120 с. ? (Научная мысль). ? www.dx.doi.org/10.12737/22345. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=753693>
- 3 Шарков, Феликс Изосимович. Паблик рилейшнз : (связи с общественностью) : учеб. пособие для студентов, обучающихся по спец. 350700 - Реклама (ОПД.Ф.12) / Ф.И. Шарков .? Екатеринбург ; Москва : Деловая кн. : Акад. Проект, 2007 .? 303 с. ; 21 .? (Учебное пособие для вузов) (Gaudeamus) .? Библиогр. в подстроч. примеч. ? ISBN 5-8291-0792-X ((Акад. Проект)) , 3000 .? ISBN 5-88687-189-6 (50 экз в библ)
- 4.Гуревич С.М., Экономика отечественных СМИ: учебное пособие.- М.; Аспект-Пересс,2009.- 298 с.
- 5.Управление общественными отношениями : учеб. пособие для студ. вузов / Ю. К. Федулов, Н. О. Воскресенская, А. А. Давыдова [и др.] ; ред. Ю. К. Федулов .? М. : Вузовский учебник, 2009 .? 153 с. (10 экз в библ)
- 6.Социальная технология как фактор управления общественным развитием : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук : специальность 09.00.11 - социальная философия / Шангареев Наиль Анварович ; [Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования 'Уфим. гос. авиац. техн. ун-т'] .? Чебоксары, 2009 .? 22 с. ; 21 .? Библиогр.: с. 21-22 (10 назв.).

7.2. Дополнительная литература:

- 1.Тавокин Е.П. Политическое управление : учеб. пособие / Е.П.Тавокин. ? М. : ИНФРА-М, 2017. ? 209 с. ? (Высшее образование: Бакалавриат). ? www.dx.doi.org/10.12737/20878.<http://znanium.com/bookread2.php?book=559333>
- 2.Современные технологии и технические средства информатизации: Учебник / О.В. Шишов. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=263337>
- 3.Чумиков А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н.Чумиков, М.П.Бочаров. -М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 329 с.: 60x90 1/16.- (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-004922-9N 978-5-16-006932-6, 500 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415337>
- 4.Вирен, Георгий Валентинович.Современные медиа : приемы информационных войн : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки ВПО 030600 'Журналистика' и специальности 030601 'Журналистика' для ГОС-2 и направлению подготовки ВПО 031300 'Журналистика' для ФГОС / Георгий Вирен .? Москва : Аспект Пресс, 2013 .? 125, [1] с. ; 22 .? На 4-й с. обл. авт.: Вирен Г.В., засл. работник культуры Рос. Федерации, к.филол.н., проф. ? Библиогр. в конце кн. и в подстроч. примеч. ? ISBN 978-5-7567-0701-4 (30 экз в библ)

5.Блюмин, Аркадий Михайлович. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А. М. Блюмин, Н. А. Феоктистов ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Ин-т гос. упр., права и инновац. технологий .? Москва : Дашков и К^о, 2011 .? 295 с. : ил. ; 21 .? На обороте тит.л. авт.: А.М. Блюмин - д.т.н., проф., акад. Междунар. акад. информатизации, Н.А. Феоктистов - д.т.н., проф., засл. работник Высш. шк. РФ, акад. Междунар. акад. наук пед. образования .? Библиогр.: с. 285-288 (13 экз в библ.)

6.Головкин, Борис Н. Информационный менеджмент массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. дипломир. спец. 230200 (654700) 'Информ. системы' спец. 230201 (071900) 'Информ. системы и технологии' по спец. 071917 'Информ. системы и технологии в системах массовой информ.' / Борис Головкин .? Москва : Триста : Акад. Проект, 2005 .? 284, [1] с. : ил. ; 25 .? (Gaudeamus) (Учебное пособие для вузов) (Фундаментальный учебник) .? Библиогр.: с. 274-283 .? ISBN 5-8291-0621-3 ((Акад. Проект)) .? ISBN 5-902358-61-2 (21 экз в библ)

7.3. Интернет-ресурсы:

Институт проблем информационного права - <http://www.medialaw.ru>

Институт развития Свободы информации - <http://www.svobodainfo.org>

Открытое Правительство РФ - <http://open.gov.ru/>

Фонд развития информационной политики - <http://www.frip.ru>

Центр экстремальной журналистики Союза журналистов России - <http://www.cjes.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Коммуникационные технологии в управленческой практике" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

мультимедийное оборудование

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 081100.62 "Государственное и муниципальное управление" и профилю подготовки Коммуникации в государственном и муниципальном управлении .

Автор(ы):

Леонтьева Л.С. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Глебова И.С. _____

"__" _____ 201__ г.